

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Костровец Лариса Борисовна
Должность: директор
Дата подписания: 22.06.2026 00:10:37
Уникальный программный ключ:
6882606104c36dbde41c4ab93a65382136a292d6

Приложение 4
к образовательной программе

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.01.01 Связи с общественностью в органах власти
(индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

38.03.04 Государственное и муниципальное управление
(код, наименование направления подготовки/специальности)

Региональное управление и местное самоуправление
(наименование образовательной программы)

Очно-_____форма обучения
(форма обучения)

Год набора – 2025
Донецк

Автор(ы)-составитель(и) РПД:

Колесникова Татьяна Александровна, старший преподаватель кафедры теории управления и государственного администрирования

Заведующий кафедрой:

Хасанова Елена Викторовна, канд. экон. наук, заведующий кафедрой теории управления и государственного администрирования

Рабочая программа дисциплины Б1.В.ДВ.01.01 Связи с общественностью в органах власти одобрена на заседании кафедры теории управления и государственного администрирования факультета государственной службы и управления Донецкого филиала РАНХиГС.

Протокол № 3 от «06» ноября 2025 г.

РАЗДЕЛ 1. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ

1.1. ЦЕЛИ ДИСЦИПЛИНЫ	
Целью освоения дисциплины «Связи с общественностью в органах власти» является изучение основных теоретических подходов и взглядов на место и роль связей с общественностью в системе государственного и политического управления. Формирование базового понятийного аппарата, необходимого для восприятия и осмысления информационных процессов в органах власти.	
1.2. УЧЕБНЫЕ ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ	
<ul style="list-style-type: none"> - раскрыть теоретические основы формирования связей с общественностью в системе государственного управления Российской Федерации; - сформировать базовый понятийно-категориальный аппарат для осмысления коммуникационных процессов, способов и технологий управления ими в системе государственных и общественных институтов; - дать анализ работы подразделений по связям с общественностью в органах власти; - выделить основные направления, технологии взаимодействия органов государственной и муниципальной власти с населением и другими институтами. 	
1.3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОСНОВНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
Цикл (раздел) ОПОП ВО:	Б1.В.ДВ.
<i>1.3.1. Дисциплина "Связи с общественностью в органах власти" опирается на следующие элементы ОПОП ВО:</i>	
Теория и практика управления	
Система государственного и муниципального управления	
Имиджелогия и самопрезентация личности	
Социология	
Деловые коммуникации	
<i>1.3.2. Дисциплина "Связи с общественностью в органах власти" выступает опорой для следующих элементов:</i>	
Управление проектами и программами	
Региональное управление и территориальное планирование	
Муниципальное управление и местное самоуправление	
1.4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:	
<i>ПК-8.2: Организует взаимодействие органов государственного и муниципального управления со средствами массовой информации, поддерживает связи с общественностью</i>	
Знать:	
Уровень 1	Предмет, структуру, функции связей с общественностью в органах власти; организацию и специфику внешнекорпоративной и внутрикорпоративной деятельности связей с общественностью в органах власти. Технологии взаимодействия при личном и массовом общении в целях выполнения профессиональных задач и усиления социальной интеграции.
Уровень 2	Предмет, структуру, функции связей с общественностью в органах власти; организацию и специфику внешнекорпоративной и внутрикорпоративной деятельности связей с общественностью в органах власти. Технологии взаимодействия при личном и массовом общении в целях выполнения профессиональных задач и усиления социальной интеграции. Этические нормы при работе с информационными СМИ, общественностью и целевыми аудиториями.
Уровень 3	Предмет, структуру, функции связей с общественностью в органах власти; основы планирования и аналитической деятельности связей с общественностью в органах власти; организацию и специфику внешнекорпоративной и внутрикорпоративной деятельности связей с общественностью в органах власти. Технологии взаимодействия при личном и массовом общении в целях выполнения профессиональных задач и усиления социальной интеграции. Этические нормы при работе с информационными СМИ, общественностью и целевыми аудиториями.
Уметь:	
Уровень 1	Использовать современные информационные технологии для получения доступа к источникам информации, приема, хранения и обработки полученной информации, способность к преобразованию информации, владение массмедийными, мультимедийными технологиями, компьютерной грамотностью, электронными Интернет-технологиями; использовать глобальные источники знаний.

Уровень 2	Использовать современные информационные технологии для получения доступа к источникам информации, приема, хранения и обработки полученной информации, способность к преобразованию информации, владение массмедийными, мультимедийными технологиями, компьютерной грамотностью, электронными Интернет-технологиями; использовать глобальные источники знаний; производить информационно-аналитическую работу, мыслить системно, структурировать информацию.
Уровень 3	Использовать современные информационные технологии для получения доступа к источникам информации, приема, хранения и обработки полученной информации, способность к преобразованию информации, владение массмедийными, мультимедийными технологиями, компьютерной грамотностью, электронными Интернет-технологиями; использовать глобальные источники знаний; производить информационно-аналитическую работу, мыслить системно, структурировать информацию; анализировать процесс функционирования государственной и муниципальной службы. Взаимодействовать с информационными СМИ, общественностью и целевыми аудиториями; гасить конфликты, быть толерантным; работать в кросс-культурном пространстве; работать на международном уровне.
Владеть:	
Уровень 1	Технологиями сбора первичной управленческой информации; профессиональной терминологией.
Уровень 2	Технологиями сбора первичной управленческой информации; методами сбора, обработки и анализа информации с применением современных технологий; профессиональной терминологией.
Уровень 3	Технологиями сбора первичной управленческой информации; методами сбора, обработки и анализа информации с применением современных технологий; методами анализа, способами получения и обобщения информации; профессиональной терминологией. Коммуникативными навыками, приемами урегулирования конфликтных ситуаций; способностью воспринимать различия этнических особенностей, традиций и культур; навыками организации коммуникационных форм отношений с учетом социокультурных различий.
1.4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:	
<i>ПК-8.3: Оказывает информационно-методическую поддержку органам государственного и муниципального управления по привлечению общественности к участию в принятии и контроле управленческих решений</i>	
Знать:	
Уровень 1	Функции специалиста по связям с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, СМИ, социальной сфере; основы коммуникационного процесса в организации; место и роль связей с общественностью в профессиональной деятельности органов государственного и муниципального управления.
Уровень 2	Функции специалиста по связям с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, СМИ, социальной сфере; основы коммуникационного процесса в организации; место и роль связей с общественностью в профессиональной деятельности органов государственного и муниципального управления; организацию работы со средствами массовой информации; особенности работы с интернет-коммуникациями.
Уровень 3	Функции специалиста по связям с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, СМИ, социальной сфере; основы коммуникационного процесса в организации; место и роль связей с общественностью в профессиональной деятельности органов государственного и муниципального управления; организацию работы со средствами массовой информации; особенности работы с интернет-коммуникациями; правовую основу PR-деятельности органов власти; виды PR-кампаний.
Уметь:	
Уровень 1	Оказывать информационно-методическую поддержку органам власти в сфере связей с общественностью, подготавливать информационно-методические материалы; работать со средствами массовой информации.
Уровень 2	Оказывать информационно-методическую поддержку органам власти в сфере связей с общественностью, подготавливать информационно-методические материалы; работать со средствами массовой информации; анализировать тенденции развития общественных отношений, закономерности базовых технологий формирования общественного мнения.
Уровень 3	Оказывать информационно-методическую поддержку органам власти в сфере связей с общественностью, подготавливать информационно-методические материалы; работать со средствами массовой информации; анализировать тенденции развития общественных

	отношений, закономерности базовых технологий формирования общественного мнения; осуществлять организацию PR-проектов в органах власти.
Владеть:	
Уровень 1	Навыками деловых коммуникаций; навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью; методами проведения переговоров, организации публичных выступлений; методологическими навыками, способностью к синтезу; способностью к генерации новых идей; методами изучения общественного мнения.
Уровень 2	Навыками деловых коммуникаций; навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью; методами проведения переговоров, организации публичных выступлений; методологическими навыками, способностью к синтезу; способностью к генерации новых идей; методами изучения общественного мнения; навыками установления взаимоотношений с прессой; навыками в области организации связей с общественностью в сети Internet.
Уровень 3	Навыками деловых коммуникаций; навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью; методами проведения переговоров, организации публичных выступлений; методологическими навыками, способностью к синтезу; способностью к генерации новых идей; методами изучения общественного мнения; технологиями проведения PR-кампаний; навыками установления взаимоотношений с прессой; навыками в области организации связей с общественностью в сети Internet.

В результате освоения дисциплины "Связи с общественностью в органах власти"

3.1	Знать:
	Предмет, структуру, функции связей с общественностью в органах власти; основы планирования и аналитической деятельности связей с общественностью в органах власти; организацию и специфику внешнекорпоративной и внутрикорпоративной деятельности связей с общественностью в органах власти.
	Технологии взаимодействия при личном и массовом общении в целях выполнения профессиональных задач и усиления социальной интеграции. Этические нормы при работе с информационными СМИ, общественностью и целевыми аудиториями.
	Функции специалиста по связям с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, СМИ, социальной сфере; основы коммуникационного процесса в организации; место и роль связей с общественностью в профессиональной деятельности органов государственного и муниципального управления; организацию работы со средствами массовой информации; особенности работы с интернет-коммуникациями; правовую основу PR- деятельности органов власти; виды PR-кампаний.
3.2	Уметь:
	Использовать современные информационные технологии для получения доступа к источникам информации, приема, хранения и обработки полученной информации, способность к преобразованию информации, владение массмедийными, мультимедийными технологиями, компьютерной грамотностью, электронными Интернет-технологиями; использовать глобальные источники знаний; производить информационно-аналитическую работу, мыслить системно, структурировать информацию; анализировать процесс функционирования государственной и муниципальной службы.
	Взаимодействовать с информационными СМИ, общественностью и целевыми аудиториями; гасить конфликты, быть толерантным; работать в кросс-культурном пространстве; работать на международном уровне.
	Оказывать информационно-методическую поддержку органам власти в сфере связей с общественностью, подготавливать информационно-методические материалы; работать со средствами массовой информации; анализировать тенденции развития общественных отношений, закономерности базовых технологий формирования общественного мнения; осуществлять организацию PR-проектов в органах власти.
3.3	Владеть:
	Технологиями сбора первичной управленческой информации; методами сбора, обработки и анализа

информации с применением современных технологий; методами анализа, способами получения и
обобщения информации; профессиональной терминологией.
Коммуникативными навыками, приемами урегулирования конфликтных ситуаций; способностью
воспринимать различия этнических особенностей, традиций и культур; навыками организации
коммуникационных форм отношений с учетом социокультурных различий.
Навыками деловых коммуникаций; навыками создания текстов и документов, используемых в сфере
связей с общественностью; методами проведения переговоров, организации публичных выступлений;
методологическими навыками, способностью к синтезу; способностью к генерации новых идей;
методами изучения общественного мнения; технологиями проведения PR-кампаний; навыками
установления взаимоотношений с прессой; навыками в области организации связей с
общественностью в сети Internet.

1.5. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ

Текущий контроль успеваемости позволяет оценить уровень сформированности элементов компетенций (знаний, умений и приобретенных навыков), компетенций с последующим объединением оценок и проводится в форме: устного опроса на лекционных и семинарских/практических занятиях (фронтальный, индивидуальный, комплексный), письменной проверки (тестовые задания, контроль знаний по разделу, ситуационных заданий и т.п.), оценки активности работы обучающегося на занятии, включая задания для самостоятельной работы.

Промежуточная аттестация

Результаты текущего контроля и промежуточной аттестации формируют рейтинговую оценку работы студента. Распределение баллов при формировании рейтинговой оценки работы студента осуществляется в соответствии с действующим локальным нормативным актом. По дисциплине "Связи с общественностью в органах власти" видом промежуточной аттестации является Экзамен

РАЗДЕЛ 2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. ТРУДОЕМКОСТЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость дисциплины "Связи с общественностью в органах власти" составляет 4 зачётные единицы, 144 часов.

Количество часов, выделяемых на контактную работу с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося, определяется учебным планом.

2.2. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте ракт.	Примечание
Раздел 1. Связи с общественностью в системе государственной власти и управления						
Тема 1.1. Понятие, сущность и функции связей с общественностью в органах власти /Лек/	4	2	ПК-8.2	Л1.1 Л1.2Л2.2 Л2.3 Л2.5 Э1, Э2, Э3, Э4	0	
Тема 1.1. Понятие, сущность и функции связей с общественностью в органах власти /Сем зан/	4	0	ПК-8.2	Л1.1 Л1.2Л2.2 Л2.3 Л2.5 Л3.1 Э1, Э2, Э3, Э4	0	
Тема 1.1. Понятие, сущность и функции связей с общественностью в органах власти /Ср/	4	8	ПК-8.2	Л1.1 Л1.2Л2.2 Л2.3 Л2.5 Л 3.2 Л3.2 Э1, Э2, Э3,	0	
Тема 1.2. Нормативно-правовые основы	4	0	ПК-8.2	Л1.1	0	

государственной коммуникативной политики. Этика деятельности по связям с общественностью /Лек/				Л1.2Л2.2 Л2.3 Л2.4 Э1, Э2, Э3, Э4		
Тема 1.2. Нормативно-правовые основы государственной коммуникативной политики. Этика деятельности по связям с общественностью /Сем зан/	4	2	ПК-8.2	Л1.1 Л1.2Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л3.1 Э1, Э2, Э3, Э4	0	
Тема 1.2. Нормативно-правовые основы государственной коммуникативной политики. Этика деятельности по связям с общественностью /Ср/	4	10	ПК-8.2	Л1.1 Л1.2Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л3.2 Э1, Э2, Э3, Э4	0	
Тема 1.3. Общественность и общественное мнение как главные объекты деятельности по связям с общественностью /Лек/	4	2	ПК-8.2	Л1.1 Л1.2Л2.2 Л2.3 Л2.4 Э1, Э2, Э3, Э4	0	
Тема 1.3. Общественность и общественное мнение как главные объекты деятельности по связям с общественностью /Сем зан/	4	2	ПК-8.2	Л1.1 Л1.2Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л3.1 Э1, Э2, Э3, Э4	0	
Тема 1.3. Общественность и общественное мнение как главные объекты деятельности по связям с общественностью /Ср/	4	10	ПК-8.2	Л1.1 Л1.2Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л3.2 Э1, Э2, Э3, Э4	0	
Раздел 2. Управление процессом связей с общественностью органами власти						
Тема 2.1. Планирование и аналитическая деятельность связей с общественностью в органах власти /Лек/	4	2	ПК-8.2 ПК -8.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Э1, Э2, Э3, Э4	0	
Тема 2.1. Планирование и аналитическая деятельность связей с общественностью в органах власти /Сем зан/	4	2	ПК-8.2 ПК -8.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л3.1 Э1, Э2, Э3, Э4	0	
Тема 2.1. Планирование и аналитическая деятельность связей с общественностью в органах власти /Ср/	4	8	ПК-8.2 ПК -8.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л3.2 Э1, Э2, Э3, Э4	0	

Тема 2.2. Организация деятельности служб по связям с общественностью в органах власти /Лек/	4	2	ПК-8.2 ПК-8.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Э1, Э2, Э3, Э4	0	
Тема 2.2. Организация деятельности служб по связям с общественностью в органах власти /Сем зан/	4	2	ПК-8.2 ПК-8.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л3.1 Э1, Э2, Э3, Э4	0	
Тема 2.2. Организация деятельности служб по связям с общественностью в органах власти /Ср/	4	10	ПК-8.2 ПК-8.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л3.2 Э1, Э2, Э3, Э4	0	
Тема 2.3. Инструменты взаимодействия власти и общества. Особенности работы с интернет- коммуникациями. /Лек/	4	2	ПК-8.2 ПК-8.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Э1, Э2, Э3, Э4	0	
Тема 2.3. Инструменты взаимодействия власти и общества. Особенности работы с интернет- коммуникациями. /Сем зан/	4	0	ПК-8.2 ПК-8.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л3.1Э1, Э2, Э3 Э4	0	
Тема 2.3. Инструменты взаимодействия власти и общества. Особенности работы с интернет- коммуникациями. /Ср/	4	12	ПК-8.2 ПК-8.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л3.2 Э1, Э2, Э3,	0	
Консультация /Конс/	4	2		Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Э1, Э2, Э3 Э4	0	
Раздел 3. Технологии связей с общественностью						
Тема 3.1. Маркетинговые технологии и PR. Политический маркетинг. Политическая реклама в системе массовых коммуникаций /Лек/	4	2	ПК-8.2 ПК-8.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Э1, Э2,	0	
Тема 3.1. Маркетинговые технологии и PR. Политический маркетинг. Политическая реклама в системе массовых коммуникаций /Сем зан/	4	2	ПК-8.2 ПК-8.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л3.1 Э1, Э2, Э3, Э4	0	

Тема 3.1. Маркетинговые технологии и PR. Политический маркетинг. Политическая реклама в системе массовых коммуникаций /Ср/	4	10	ПК-8.2 ПК-8.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л3.2 Э1, Э2, Э3, Э4	0	
Тема 3.2. Лоббизм. Система взаимодействия органов государственного и муниципального управления с общественными организациями, с бизнес-структурами /Лек/	4	0	ПК-8.2 ПК-8.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Э1, Э2, Э3, Э4	0	
Тема 3.2. Лоббизм. Система взаимодействия органов государственного и муниципального управления с общественными организациями, с бизнес-структурами /Сем зан/	4	2	ПК-8.2 ПК-8.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л3.1 Э1, Э2, Э3, Э4	0	
Тема 3.2. Лоббизм. Система взаимодействия органов государственного и муниципального управления с общественными организациями, с бизнес-структурами /Ср/	4	10	ПК-8.2 ПК-8.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л3.2 Э1, Э2, Э3, Э4	0	
Тема 3.3. Имидж. Технологии построения и поддержания /Лек/	4	2	ПК-8.2 ПК-8.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Э1, Э2, Э3, Э4	0	
Тема 3.3. Имидж. Технологии построения и поддержания /Сем зан/	4	2	ПК-8.2 ПК-8.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л3.1 Э1, Э2, Э3, Э4	0	
Тема 3.3. Имидж. Технологии построения и поддержания /Ср/	4	9	ПК-8.2 ПК-8.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л3.2 Э1, Э2, Э3, Э4	0	

РАЗДЕЛ 3. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В процессе освоения дисциплины «Связи с общественностью в органах власти» используются следующие образовательные технологии: лекции (Л), семинарские занятия (СЗ), самостоятельная работа студентов (СР) по выполнению различных видов заданий. Лекционный материал представлен в виде презентации в формате «Power Point». Для наглядности используются материалы различных научных и технических экспериментов, справочных материалов, научных статей т.д. В ходе лекции предусмотрена обратная связь со студентами, активизирующие вопросы, просмотр и обсуждение видеофильмов. При проведении лекций используется проблемно-ориентированный междисциплинарный подход, предполагающий творческие вопросы и создание дискуссионных ситуаций. При изложении теоретического материала используются такие методы, как: монологический, показательный, диалогический, эвристический, исследовательский, проблемное изложение, а также следующие принципы дидактики высшей школы, такие как: последовательность и систематичность обучения, доступность обучения, принцип научности, принципы взаимосвязи теории и практики наглядности и др. В конце каждой лекции предусмотрено время для ответов на проблемные вопросы. Самостоятельная работа предназначена для внеаудиторной работы студентов, связанной с конспектированием источников, учебного материала, изучением дополнительной литературы по дисциплине, подготовкой к текущему и семестровому контролю, а также выполнением индивидуального задания в форме реферата, презентации, эмпирического исследования.

РАЗДЕЛ 4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Рекомендуемая литература			
1. Основная литература			
	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Т.А. Колесникова	Связи с общественностью в органах власти: конспект лекций для обучающихся 2 курса образовательной программы бакалавриата направления подготовки 38.03.04 «Государственное и муниципальное управление» (профиль: «Региональное управление и местное самоуправление») (174)	Донецк : ДОНАУИГС, 2023
Л1.2	А.А. Марков	Связи с общественностью в органах власти : учебник (190)	Москва : ИНФРА-М, 2024
Л1.3	А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров	Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов : учебник (343)	Москва : ИНФРА-М, 2023
Л1.4	С. М. Емельянов, А. В. Пряхина	Коммуникационный менеджмент в связях с общественностью: учебное пособие (272)	Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2024
2. Дополнительная литература			
	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Ж. Ю.Кургаева	Связи с общественностью в органах власти : учебное пособие (112)	Казань : КНИТУ, 2022
Л2.2	Н. В. Еременко, Ю. В. Лабовская, С. И. Луговской [и др.].	Связи с общественностью в органах власти. Часть 1: учебное пособие (52)	Ставрополь : СтГАУ, 2023
Л2.3	Н. В. Еременко, Ю. В. Лабовская, С. И. Луговской [и др.]	Связи с общественностью в органах власти. Часть 2: учебное пособие (60)	Ставрополь : СтГАУ, 2023
Л2.4	С. М. Москалев, Т. Г. Виноградова, Я. И. Семилетова	Связи с общественностью в органах власти : учебное пособие (163)	Санкт-Петербург : СПбГАУ, 2021
Л2.5	Е. Н. Бузни	История связей с общественностью : учебное пособие	Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2022
3. Методические разработки			
	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
Л3.1	Т. А. Колесникова Н. В. Алещина	Связи с общественностью в органах власти: методические рекомендации по организации самостоятельной работы для обучающихся 2 курса образовательной программы бакалавриата направления подготовки 38.03.04 Государственное и муниципальное управление (профиль «Региональное управление и местное самоуправление») очной / заочной форм обучения (30 с.)	Донецк: ГОУ ВПО "ДОНАУИГС", 2024
Л3.2	Т. А. Колесникова Н. В. Алещина	Связи с общественностью в органах власти : методические рекомендации для проведения семинарских занятий для обучающихся 2 курса образовательной программы бакалавриата направления подготовки 38.03.04 Государственное и муниципальное управление (профиль «Региональное управление и местное самоуправление») очной/заочной форм обучения (32 с.)	Донецк: ГОУ ВПО "ДОНАУИГС", 2024

4.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"		
Э1	Научная электронная библиотека КиберЛенинка	https://cyberleninka.ru/
Э2	ЭБС «ЛАНЬ»	https://e.lanbook.com
Э3	ЭБС «ЗНАНИУМ»	https://znanium.ru
Э4	Библиографическая база данных научных публикаций российских учёных	https://elibrary.ru/
4.3. Перечень программного обеспечения		
<p>Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Libre Office (лицензия Mozilla Public License v2.0.) - 7-Zip (лицензия GNU Lesser General Public License) - AIMP (лицензия LGPL v.2.1) - STDU Viewer (freeware for private non-commercial or educational use) - GIMP (лицензия GNU General Public License) - Inkscape (лицензия GNU General Public License). 		
4.4. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы		
<p>Электронный каталог изданий ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС" - http://unilib.dsum.internal/ Научная электронная библиотека «КИБЕРЛЕНИНКА» - https://cyberleninka.ru/ Донецкая республиканская универсальная научная библиотека им. Н. К. Крупской - http://www.lib-dpr.ru/ Электронно-библиотечная система "Лань" - https://e.lanbook.com/ ЭБС «ЗНАНИУМ» https://znanium.ru Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU -http://elibrary.ru/</p>		
4.5. Материально-техническое обеспечение дисциплины		
<p>Для проведения учебных занятий, предусмотренных образовательной программой, закреплены аудитории согласно расписанию учебных занятий: рабочее место преподавателя, посадочные места по количеству обучающихся, доска меловая, персональный компьютер с лицензированным программным обеспечением общего назначения, мультимедийный проектор, экран, интерактивная панель.</p>		

РАЗДЕЛ 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания
<p>Тема 1.1. Понятие, сущность и функции связей с общественностью в органах власти</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Понятия информационные и политические процессы, их виды и формы. 2. Роль информации и коммуникации в современном постиндустриальном обществе. 3. Взаимосвязь информационного, когнитивного и географического пространств в реализации сценариев развития страны. 4. Основные принципы взаимодействия субъектов политики в регионе с представителями СМИ. <p>Тема 1.2. Нормативно-правовые основы государственной коммуникативной политики. Этика деятельности по связям с общественностью</p> <ol style="list-style-type: none"> 5. Виды планирования деятельности по связям с общественностью в госучреждениях. 6. Проблемы проведения ситуационного анализа. 7. Типы общего анализа политической ситуации. 8. Проблемный и диагностический ситуационный анализ. 9. Понятия стратегического планирования. <p>Тема 1.3. Общественность и общественное мнение как главные объекты деятельности по связям с общественностью</p> <ol style="list-style-type: none"> 10. Роль и значимость PR в демократическом обществе. 11. Роль связей с общественностью в современном обществе. 12. Связи с общественностью за рубежом: история и современность. 13. Связи с общественностью в России: история и современность. 14. Информационная открытость в государственном (муниципальном) управлении. <p>Раздел 2. Управление процессом связей с общественностью органами власти</p> <p>Тема 2.1. Планирование и аналитическая деятельность связей с общественностью в органах власти</p>

15. Моделирование информационных процессов взаимодействия политической власти и гражданского общества: управленческий аспект.
16. Конструирование средствами СМИ имиджа государственной власти и государственной службы.
Тема 2.2. Организация деятельности служб по связям с общественностью в органах власти
17. Цели и функции служб по связям с общественностью в органах государственной власти.
18. Структура и задачи пресс-службы в органах власти и прочих государственных учреждениях.
Тема 2.3. Инструменты взаимодействия власти и общества. Особенности работы с интернет-коммуникациями
19. Отражение реального пространства в информационном как функция Интернета.
20. Расширение свободного пространства Интернета: проблемы этического характера и пути их решения.
21. Блоги как инструмент политического общения.
- Раздел 3. Технологии связей с общественностью
- Тема 3.1. Маркетинговые технологии и PR. Политический маркетинг. Политическая реклама в системе массовых коммуникаций
22. Использование новостей в региональных политических кампаниях.
23. Факторы, формирующие политический выбор электората в процессе использования формальных и неформальных каналов политической коммуникации.
24. Основные этапы кампании по связям с общественностью.
25. Организация и проведение PR-кампаний.
26. Аналитика и планирование PR-кампаний.
27. «Чистые» и «грязные» технологии в избирательном процессе.
- Тема 3.2. Лоббизм. Система взаимодействия органов государственного и муниципального управления с общественными организациями, с бизнес-структурами
28. Коммуникативные технологии в государственном управлении.
29. Проектирование внешнеорганизационных коммуникаций.
- Тема 3.3. Имидж. Технологии построения и поддержания
30. Имидж государственной гражданской службы.
31. Имидж власти, имидж организации, имидж лидера.
32. Процесс конструирования имиджа.
33. Соотношение имиджа и репутации органа власти.
34. Понятие «имидж государственной власти».
35. Структура, функции, особенности и типология имиджа власти: исполнительной, законодательной и судебной.

5.2. Темы письменных работ

ТЕМЫ РЕФЕРАТОВ ДЛЯ ПРОВЕРКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ

- Цели и задачи управления общественными отношениями.
- Проблемы регулирования общественных отношений.
- Специфика связей с общественностью в государственном управлении и политике.
- Управление деятельностью по связям с общественностью в органах исполнительной власти, политических партиях, парламенте, формирование позитивного имиджа и общественной репутации.
- Внутрикорпоративный менеджмент пресс-служб и служб по связям с общественностью в государственном управлении
- Правовые и этические основы связи в органах государственной власти и управления.
- Связи с общественностью во взаимодействии государства с институтами гражданского общества.
- Аналитическое и информационное сопровождение политической кампании.
- Информационный процесс как многоуровневая система.
- Управление информационными процессами в органах государственной власти и управления.
- Формы и способы удовлетворения информационных потребностей граждан.
- Информационные споры и способы их разрешения в системе государственного управления.
- Власть – население: формы работы, обратная связь.
- Понятие «имидж государственной власти».
- Структура, функции, особенности и типология имиджа власти: исполнительной, законодательной и судебной.
- Отбор и дифференциация составляющих имиджа, разработка его характеристик.
- Алгоритм формирования имиджа государственной власти.

18. Современные технологии и методы продвижения имиджа государственной власти.
19. Структура, особенности функционирования и основные направления деятельности государственной службы.
20. Медиа-стратегии по формированию позитивного, негативного или нейтрального имиджа государственной службы.
21. Информационное сотрудничество государственных служащих с журналистами СМИ в рамках совместного социального проекта.
22. Организация специальных мероприятий
23. Роль консультационных PR-агентств и пресс-служб в смягчении социально-политических конфликтов.
24. Виды пресс-служб, структура и функции в системе органов государственной власти.
25. Медиа-стратегии пресс-служб при разрешении или смягчении социально-политических конфликтов.
26. Опрос общественного мнения о принимаемых государственных решениях. Конструирование средствами СМИ имиджа политической власти и государственной службы.
27. Медиа-стратегии в политических кампаниях. Использование новостей в политических кампаниях.
28. Политические коммуникации и политическая реклама в прессе, на телевидении и в Интернете.
29. Информационное обеспечение политико-управленческого решения. Методы и модели подготовки политических и управленческих решений.
30. Коммуникативная политика государственных учреждений и властных структур с общественно-политическими организациями.
31. PR в системе маркетинговых коммуникаций в политических кампаниях.
32. Использование политических коммуникаций: персональных, электоральных, партийных для взаимодействия с общественно-политическими организациями.
33. Традиционные виды информационной работы: пресс-релизы, медиа-акции, «утечка информации», политическая и социальная реклама, заказные статьи.
34. Проблемы взаимоотношений региональных органов власти и СМИ.

5.3. Фонд оценочных средств

Фонд оценочных средств дисциплины "Связи с общественностью в органах власти" разработан в соответствии с локальным нормативным актом ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС".

Фонд оценочных средств дисциплины "Связи с общественностью в органах власти" в полном объеме представлен в виде приложения к данному РПД.

5.4. Перечень видов оценочных средств

Текущий контроль успеваемости позволяет оценить уровень сформированности элементов компетенций (знаний и умений), компетенций с последующим объединением оценок и проводится в форме: собеседования, творческого задания, тестовых заданий, реферата, доклада., оценки активности работы обучающегося на занятии, включая задания для самостоятельной работы. Промежуточная аттестация включает семестровый контроль в период зачетно-экзаменационной сессии – экзамен.

РАЗДЕЛ 6. СРЕДСТВА АДАПТАЦИИ ПРЕПОДАВАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ К ПОТРЕБНОСТЯМ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) могут предлагаться одни из следующих вариантов восприятия информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

- 1) с применением электронного обучения и дистанционных технологий.
- 2) с применением специального оборудования (техники) и программного обеспечения, имеющихся в ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС".

В процессе обучения при необходимости для лиц с нарушениями зрения, слуха и опорно-двигательного аппарата предоставляются следующие условия:

- для лиц с нарушениями зрения: учебно-методические материалы в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); индивидуальные задания и консультации.
- для лиц с нарушениями слуха: учебно-методические материалы в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.
- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: учебно-методические материалы в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

РАЗДЕЛ 7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины следует начинать с проработки настоящей рабочей программы учебной дисциплины, особое внимание, уделяя цели, задачам, содержанию дисциплины, а также отношению данной дисциплины к общему курсу подготовки специалиста.

Лекционный материал раскрывает логику дисциплины, формулирует ключевые понятия и взаимосвязи. Вместе с тем, весь объем информации, требуемый для овладения необходимыми знаниями по дисциплине, не может быть раскрыт на лекции. Успешное усвоение курса предполагает активное, творческое участие студента на всех этапах его преподавания, в том числе и без непосредственного участия преподавателя.

Для рациональной организации самостоятельной работы студент должен умело распределить время, предусмотренное учебным планом для внеаудиторной работы. В общем, учебное время студентов охватывает часы, предназначенные для аудиторной (регламентированной) работы (лекции, семинарские занятия, консультации с преподавателем) и внеаудиторной (подготовка к семинарским занятиям, написанию контрольных работ, докладов, рефератов, работа с литературными источниками в библиотеке, поиск информации в сети Интернет).

Формы самостоятельной работы:

- обработки лекционного материала;
- подготовка к семинарским занятиям;
- самостоятельная работа с учебной, научной и периодической литературой;
- изучение и анализ законодательных и нормативных документов;
- поиск и обработка материалов с помощью сети Интернет;
- обобщение и анализ фактических данных;
- выполнение научных исследований;
- подготовка докладов, рефератов;
- подготовка к зачету.

Формы контроля самостоятельной работы:

- индивидуальные консультации и собеседования;
- заслушивание рефератов, промежуточных результатов исследований, докладов.

Обработка лекционного материала является важной составляющей освоения материала курса, поскольку во время лекции формируются научные основы знаний, изучается теоретический и фактический материал, выделяются основные проблемы и вопросы тематического содержания курса. Для лучшего усвоения лекционного материала после лекции следует прочитать конспект, внести необходимые правки и определить основные аспекты.

Подготовка к семинарским занятиям предусматривает:

- изучение рекомендованных к теме литературных источников;
- поиск дополнительных источников информации;
- подготовку ответов на вопросы, выносимые на семинарские занятия;
- освоение новых терминов.

При подготовке к семинарским занятиям студент обязательно ведет конспект, в котором готовит ответы на вопросы, делает выписки из обработанной литературы, составляет словарь.

Эффективность проведения занятия определяется уровнем самостоятельной подготовки студентов.

Цель проведения занятия - подвести итоги самостоятельного освоения учебного материала, теоретических источников, тематических задач, а также закрепить знания и умения по курсу.

Задача проведения семинарского занятия - привитие навыков публичного выступления, умение логически, содержательно, аргументированно, убедительно выражать свои мысли, делать правильные выводы, связывать материал учебного курса с современными проблемами функционирования социально-экономических систем и форм государственного управления.

Залогом успешного проведения семинарского занятия является тщательная подготовка к нему и рациональное распределение времени. При этом следует учитывать, что на семинарском занятии оцениваются не только ответы на основные вопросы, но и другие формы работы студентов, в том числе основательные дополнения, сообщения участие в обсуждении выступлений, правильная постановка проблемных вопросов к докладчику, доклады, презентации и т.п.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНЕЦКАЯ АКАДЕМИЯ УПРАВЛЕНИЯ И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ»**

**Факультет государственной службы и управления
Кафедра теории управления и государственного администрирования**

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по дисциплине (модулю) «Связи с общественностью в органах власти»

Направление подготовки	38.03.04	Государственное и муниципальное управление
Профиль	Региональное управление и местное самоуправление	
Квалификация	бакалавр	
Форма обучения	очно-заочная	

Донецк
2025

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по учебной дисциплине «Связи с общественностью в органах власти»

1.1. Основные сведения об учебной дисциплине

Таблица 1.1

Характеристика учебной дисциплины
(сведения соответствуют разделу РПД)

Образовательная программа	Бакалавриат
Направление подготовки	38.03.04 «Государственное и муниципальное управление»
Профили	«Региональное управление и местное самоуправление»
Количество разделов учебной дисциплины	4
Часть образовательной программы	Б1.В.ДВ.01.01
Формы контроля	Текущий и промежуточный
<i>Показатели</i>	Очно-заочная форма обучения
Количество зачетных единиц (кредитов)	4
Семестр	4
Общая трудоемкость (академ. часов)	144
Аудиторная работа:	30
Лекционные занятия	14
Семинарские занятия	14
Консультации	2
Самостоятельная работа	87
Контроль	27
<i>Форма промежуточной аттестации</i>	экзамен

1.2. Перечень компетенций с указанием этапов формирования в процессе освоения образовательной программы

Таблица 1.2

Перечень компетенций и их элементов

Индикатор компетенции и его формулировка	Элементы индикатора компетенции	Индекс элемента
ПК-8.2: Организует взаимодействие органов государственного и муниципального управления со средствами массовой информации, поддерживает связи с общественностью	Знать:	
	Предмет, структуру, функции связей с общественностью в органах власти; организацию и специфику внешне-корпоративной и внутрикорпоративной деятельности связей с общественностью в органах власти. Технологии взаимодействия при личном и массовом общении в целях выполнения профессиональных задач и усиления социальной интеграции.	ПК-8.2 31
	Предмет, структуру, функции связей с общественностью в органах власти; организацию и специфику внешне-корпоративной и внутрикорпоративной деятельности связей с общественностью в органах власти. Технологии взаимодействия при личном и массовом общении в целях выполнения профессиональных задач и усиления социальной интеграции. Этические нормы при работе с информационными СМИ, общественностью и целевыми аудиториями.	ПК-8.2 32
	Предмет, структуру, функции связей с общественностью в органах власти; основы планирования и аналитической деятельности связей с общественностью в органах власти; организацию и специфику внешне-корпоративной и внутрикорпоративной деятельности связей с общественностью в органах власти. Технологии взаимодействия при личном и массовом общении в целях выполнения профессиональных задач и усиления социальной интеграции. Этические нормы при работе с информационными СМИ, общественностью и целевыми аудиториями.	ПК-8.2 33
	Уметь:	
Использовать современные информационные технологии для получения доступа к источникам информации, приема, хранения и обработки полученной информации, способность к преобразованию информации, владение массмедийными, мультимедийными технологиями, компьютерной грамотностью, электронными Интернет-технологиями; использовать глобальные источники знаний.	ПК-8.2 У1	

	Использовать современные информационные технологии для получения доступа к источникам информации, приема, хранения и обработки полученной информации, способность к преобразованию информации, владение массмедийными, мультимедийными технологиями, компьютерной грамотностью, электронными Интернет-технологиями; использовать глобальные источники знаний; производить информационно-аналитическую работу, мыслить системно, структурировать информацию.	ПК-8.2 У2
	Использовать современные информационные технологии для получения доступа к источникам информации, приема, хранения и обработки полученной информации, способность к преобразованию информации, владение массмедийными, мультимедийными технологиями, компьютерной грамотностью, электронными Интернет-технологиями; использовать глобальные источники знаний; производить информационно-аналитическую работу, мыслить системно, структурировать информацию; анализировать процесс функционирования государственной и муниципальной службы. Взаимодействовать с информационными СМИ, общественностью и целевыми аудиториями; гасить конфликты, быть толерантным; работать в кросс-культурном пространстве; работать на международном уровне.	ПК-8.2 У3
Владеть:		
	Технологиями сбора первичной управленческой информации; профессиональной терминологией.	ПК-8.2 В1
	Технологиями сбора первичной управленческой информации; методами сбора, обработки и анализа информации с применением современных технологий; профессиональной терминологией.	ПК-8.2 В2
	Технологиями сбора первичной управленческой информации; методами сбора, обработки и анализа информации с применением современных технологий; методами анализа, способами получения и обобщения информации; профессиональной терминологией. Коммуникативными навыками, приемами урегулирования конфликтных ситуаций; способностью воспринимать различия этнических особенностей, традиций и культур; навыками организации коммуникационных форм отношений с учетом социокультурных различий.	ПК-8.2 В3
Знать:		

ПК-8.3: Оказывает информационно-методическую поддержку органам государственного и муниципального управления по привлечению общественности к участию в принятии и контроле управленческих решений	Функции специалиста по связям с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, СМИ, социальной сфере; основы коммуникационного процесса в организации; место и роль связей с общественностью в профессиональной деятельности органов государственного и муниципального управления.	ПК-8.3 З1
	Функции специалиста по связям с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, СМИ, социальной сфере; основы коммуникационного процесса в организации; место и роль связей с общественностью в профессиональной деятельности органов государственного и муниципального управления; организацию работы со средствами массовой информации; особенности работы с интернет-коммуникациями.	ПК-8.3 З2
	Функции специалиста по связям с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, СМИ, социальной сфере; основы коммуникационного процесса в организации; место и роль связей с общественностью в профессиональной деятельности органов государственного и муниципального управления; организацию работы со средствами массовой информации; особенности работы с интернет-коммуникациями; правовую основу PR-деятельности органов власти; виды PR-кампаний.	ПК-8.3 З3
	Уметь:	
	Оказывать информационно-методическую поддержку органам власти в сфере связей с общественностью, подготавливать информационно-методические материалы; работать со средствами массовой информации.	ПК-8.3 У1
	Оказывать информационно-методическую поддержку органам власти в сфере связей с общественностью, подготавливать информационно-методические материалы; работать со средствами массовой информации; анализировать тенденции развития общественных отношений, закономерности базовых технологий формирования общественного мнения.	ПК-8.3 У2
Оказывать информационно-методическую поддержку органам власти в сфере связей с общественностью, подготавливать информационно-методические материалы; работать со средствами массовой информации; анализировать тенденции	ПК-8.3 У3	

	развития общественных отношений, закономерности базовых технологий формирования общественного мнения; осуществлять организацию PR-проектов в органах власти.	
Владеть:		
	Навыками деловых коммуникаций; навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью; методами проведения переговоров, организации публичных выступлений; методологическими навыками, способностью к синтезу; способностью к генерации новых идей; методами изучения общественного мнения.	ПК-8.3 В1
	Навыками деловых коммуникаций; навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью; методами проведения переговоров, организации публичных выступлений; методологическими навыками, способностью к синтезу; способностью к генерации новых идей; методами изучения общественного мнения; навыками установления взаимоотношений с прессой; навыками в области организации связей с общественностью в сети Internet.	ПК-8.3 В2
	Навыками деловых коммуникаций; навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью; методами проведения переговоров, организации публичных выступлений; методологическими навыками, способностью к синтезу; способностью к генерации новых идей; методами изучения общественного мнения; технологиями проведения PR-кампаний; навыками установления взаимоотношений с прессой; навыками в области организации связей с общественностью в сети Internet.	ПК-8.3 В3

Таблица 1.3

Этапы формирования компетенций в процессе освоения основной образовательной программы

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) учебной дисциплины	Номер семестра	Код индикатора компетенции	Наименование оценочного средства
Раздел 1. Связи с общественностью в системе государственной власти и управления				
1.	Тема 1.1. Понятие, сущность и функции связей с общественностью в органах власти	4	ИД-ПК-8.2 ИД-ПК -8.3	Собеседование, творческое задание, реферат, доклад
2.	Тема 1.2. Нормативно-правовые основы государственной коммуникативной политики. Этика деятельности по связям с общественностью	4	ИД-ПК-8.2 ИД-ПК -8.3	Собеседование, творческое задание, реферат, доклад

3.	Тема 1.3. Общественность и общественное мнение как главные объекты деятельности по связям с общественностью	4	ИД-ПК-8.2 ИД-ПК -8.3	Собеседование, творческое задание, реферат, доклад
Тестовые задания по разделу 1				
Раздел 2. Управление процессом связей с общественностью органами власти				
4.	Тема 2.1. Планирование и аналитическая деятельность связей с общественностью в органах власти	4	ИД-ПК-8.2 ИД-ПК -8.3	Собеседование, творческое задание, реферат, доклад
5.	Тема 2.2. Организация деятельности служб по связям с общественностью в органах власти	4	ИД-ПК-8.2 ИД-ПК -8.3	Собеседование, творческое задание, реферат, доклад
6.	Тема 2.3. Инструменты взаимодействия власти и общества. Особенности работы с интернет-коммуникациями	4	ИД-ПК-8.2 ИД-ПК -8.3	Собеседование, творческое задание, реферат, доклад
Тестовые задания по разделу 2				
Раздел 3. Технологии связей с общественностью				
7.	Тема 3.1. Маркетинговые технологии и PR. Политический маркетинг. Политическая реклама в системе массовых коммуникаций	4	ИД-ПК-8.2 ИД-ПК -8.3	Собеседование, творческое задание, реферат, доклад
8.	Тема 3.2. Лоббизм. Система взаимодействия органов государственного и муниципального управления с общественными организациями, с бизнес-структурами	4	ИД-ПК-8.2 ИД-ПК -8.3	Собеседование, творческое задание, реферат, доклад
9.	Тема 3.3. Имидж. Технологии построения и поддержания	4	ИД-ПК-8.2 ИД-ПК -8.3	Собеседование, творческое задание, реферат, доклад
Тестовые задания по разделу 3				

РАЗДЕЛ 2. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ

Текущий контроль знаний используется для оперативного и регулярного управления учебной деятельностью (в том числе самостоятельной работой) обучающихся. В условиях балльно-рейтинговой системы контроля результаты текущего оценивания обучающегося используются как показатель его текущего рейтинга.

Текущий контроль успеваемости осуществляется в течение семестра, в ходе повседневной учебной работы по индивидуальной инициативе преподавателя. Данный вид контроля стимулирует у обучающегося стремление к систематической самостоятельной работе по изучению учебной дисциплины.

Распределение баллов по видам учебной деятельности
(балльно-рейтинговая система)

Наименование Раздела/Темы	Вид задания							
	ЛЗ	СЗ			Всего за тему	КЗР (ТЗ)	СР (Р)	ИЗ
		УО	Д	ТвЗ				
Р.1.Т.1.1	1	1	2	-	4	4	9	5
Р.1.Т.1.2	1	1	2	4	8			
Р.1.Т.1.3	1	1	2	4	8			
Р.2.Т.2.1	1	1	2	-	4	4	9	5
Р.2.Т.2.2	1	1	2	4	8			
Р.2.Т.2.3	1	1	2	4	8			
Р.3.Т.3.1	1	1	2	4	8	4	9	5
Р.3.Т.3.2	1	1	2	4	8			
Р.3.Т.3.3	1	1	2	4	8			
Итого: 1006	9	9	18	28	64	12	9	15

ЛЗ – лекционное занятие;

СЗ – семинарское занятие;

КЗР – контроль знаний по Разделу;

СР – самостоятельная работа обучающегося;

ИЗ – индивидуальное задание;

УО – устный опрос;

Д - доклад;

ТвЗ – творческие задания;

ТЗ – тестовые задания;

Р – реферат.

2.1. Рекомендации по оцениванию устных ответов обучающихся

С целью контроля усвоения пройденного материала и определения уровня подготовленности обучающихся к изучению новой темы вначале каждого семинарского/практического занятия преподавателем проводится индивидуальный или фронтальный устный опрос (собеседование) по выполненным заданиям предыдущей темы.

Критерии оценки.

Оценка «отлично» ставится, если обучающийся:

- 1) полно и аргументировано отвечает по содержанию вопроса;
- 2) обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры;
- 3) излагает материал последовательно и правильно, с соблюдением исторической и хронологической последовательности;

Оценка «хорошо» – ставится, если обучающийся дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «отлично», но допускает одна-две ошибки, которые сам же исправляет.

Оценка «удовлетворительно»– ставится, если обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений данного задания, но:

- 1) излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил;
- 2) не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры;
- 3) излагает материал непоследовательно и допускает ошибки.

ВОПРОСЫ ДЛЯ САМОПОДГОТОВКИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

<i>Контролируемые разделы (темы) дисциплины (модуля)</i>	<i>Вопросы для подготовки к индивидуальному / фронтальному устному / письменному опросу по темам дисциплины (модуля)</i>
Раздел 1. Связи с общественностью в системе государственной власти и управления	
Тема 1.1. Понятие, сущность и функции связей с общественностью в органах власти	<ol style="list-style-type: none"> 1. Понятия информационные и политические процессы, их виды и формы. 2. Роль информации и коммуникации в современном постиндустриальном обществе. 3. Взаимосвязь информационного, когнитивного и географического пространств в реализации сценариев развития страны. 4. Основные принципы взаимодействия субъектов политики в регионе с представителями СМИ.
Тема 1.2. Нормативно-правовые основы государственной коммуникативной политики. Этика деятельности по связям с общественностью	<ol style="list-style-type: none"> 5. Виды планирования деятельности по связям с общественностью в госучреждениях. 6. Проблемы проведения ситуационного анализа. 7. Типы общего анализа политической ситуации. 8. Проблемный и диагностический ситуационный анализ. 9. Понятия стратегического планирования.
Тема 1.3. Общественность и общественное мнение как главные объекты деятельности по связям с общественностью	<ol style="list-style-type: none"> 10. Роль и значимость PR в демократическом обществе. 11. Роль связей с общественностью в современном обществе. 12. Связи с общественностью за рубежом: история и современность. 13. Связи с общественностью в России: история и современность. 14. Информационная открытость в государственном (муниципальном) управлении.
Раздел 2. Управление процессом связей с общественностью органами власти	
Тема 2.1. Планирование и аналитическая деятельность связей с общественностью в органах власти	<ol style="list-style-type: none"> 15. Моделирование информационных процессов взаимодействия политической власти и гражданского общества: управленческий аспект. 16. Конструирование средствами СМИ имиджа государственной власти и государственной службы.
Тема 2.2. Организация деятельности служб по связям с общественностью в органах власти	<ol style="list-style-type: none"> 17. Цели и функции служб по связям с общественностью в органах государственной власти. 18. Структура и задачи пресс-службы в органах власти и прочих государственных учреждениях.
Тема 2.3. Инструменты взаимодействия власти и общества. Особенности работы	<ol style="list-style-type: none"> 19. Отражение реального пространства в информационном как функция Интернета.

с интернет- коммуникациями	20. Расширение свободного пространства Интернета: проблемы этического характера и пути их решения. 21. Блоги как инструмент политического общения.
Раздел 3. Технологии связей с общественностью	
Тема 3.1. Маркетинговые технологии и PR. Политический маркетинг. Политическая реклама в системе массовых коммуникаций	22. Использование новостей в региональных политических кампаниях. 23. Факторы, формирующие политический выбор электората в процессе использования формальных и неформальных каналов политической коммуникации. 24. Основные этапы кампании по связям с общественностью. 25. Организация и проведение PR-кампаний. 26. Аналитика и планирование PR-кампаний. 27. «Чистые» и «грязные» технологии в избирательном процессе.
Тема 3.2. Лоббизм. Система взаимодействия органов государственного и муниципального управления с общественными организациями, с бизнес-структурами	28. Коммуникативные технологии в государственном управлении. 29. Проектирование внешнеорганизационных коммуникаций.
Тема 3.3. Имидж. Технологии построения и поддержания	30. Имидж государственной гражданской службы. 31. Имидж власти, имидж организации, имидж лидера. 32. Процесс конструирования имиджа. 33. Соотношение имиджа и репутации органа власти. 34. Понятие «имидж государственной власти». 35. Структура, функции, особенности и типология имиджа власти: исполнительной, законодательной и судебной.

2.2 Рекомендации по оцениванию результатов тестовых заданий обучающихся

В завершении изучения каждого раздела дисциплины (модуля) может проводиться тестирование (контроль знаний по разделу, рубежный контроль).

ТИПОВЫЕ ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ

ТЕСТОВОЕ ЗАДАНИЕ

Дисциплина	Код компетенции	Код индикатора	Тип и уровень сложности
Связи с общественностью в органах власти	ПК-5	ИД-ПК-5.1	Базовый закрытый

1. Прочитайте текст и установите последовательность действий (время выполнения 3 мин.)

В рамках подготовки информационного брифинга для СМИ о реализации региональной программы по благоустройству общественных пространств, необходимо выстроить логическую последовательность этапов работы с информацией. Расположите представленные ниже действия в правильном порядке, отражающем эффективный цикл управления информацией:

А. Анализ собранных данных: выявление ключевых тенденций, проблем и успехов реализации программы, определение значимых показателей для освещения в СМИ.

Б. Сбор информации из различных источников: запросы в профильные департаменты, анализ отчетности подрядчиков, мониторинг публикаций в СМИ и социальных сетях, проведение опросов общественного мнения.

В. Распространение информации: подготовка пресс-релиза, организация брифинга для СМИ, публикация материалов на официальном сайте и в социальных сетях органов власти, ответы на вопросы журналистов.

Г. Оценка эффективности: анализ тональности публикаций в СМИ, мониторинг реакции общественности в социальных сетях, получение обратной связи от журналистов, оценка достижения целей информационного брифинга.

Д. Обработка и систематизация информации: структурирование собранных данных, создание таблиц и графиков, подготовка аналитических отчетов, выделение ключевых сообщений для СМИ.

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:

--	--	--	--	--	--

ТЕСТОВОЕ ЗАДАНИЕ

Дисциплина	Код компетенции	Код индикатора	Тип и уровень сложности
Связи с общественностью в органах власти	УК-5	ИД-УК-5.1	Высокий открытый

1.1. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ (время выполнения 10 мин.)

Уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп помогает сохранить культурное разнообразие и предотвратить конфликты, связанные с нарушением традиций и обычаев других культур. Представьте, что вы – руководитель рабочей группы по разработке программы празднования Дня города в многонациональном регионе. Город славится богатой историей, где переплелись культуры различных этносов и религиозных конфессий.

Задание:

1. Предложите концепцию праздника, учитывающую историческое наследие и социокультурные традиции всех представленных в регионе групп населения и обоснуйте свой выбор.
2. Укажите, какие меры будут предприняты для обеспечения уважительного и корректного представления каждой культуры.
3. Опишите информационное сопровождение праздника.

ТЕСТОВОЕ ЗАДАНИЕ

Дисциплина	Код компетенции	Код индикатора	Тип и уровень сложности
Связи с общественностью в органах власти	УК-5	ИД-УК-5.2	Высокий открытый

1.1. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ (время выполнения 10 мин.)

Представьте, что вы являетесь сотрудником пресс-службы органа исполнительной власти, ответственным за взаимодействие с общественными организациями, представляющими интересы национальных меньшинств. В преддверии празднования Дня народного единства, руководство поручило вам разработать и реализовать коммуникационную кампанию, направленную на укрепление межнационального согласия и популяризацию культурного наследия народов России.

Задание:

1. Опишите ваши действия по реализации данного поручения.
2. Раскройте этапы подготовки и проведения кампании.
3. Укажите конкретные мероприятия, которые вы предложите для достижения поставленной цели.

Особое внимание уделите учету исторического наследия и социокультурных традиций различных социальных групп при планировании и реализации коммуникационной стратегии.

ТЕСТОВОЕ ЗАДАНИЕ

Дисциплина	Код компетенции	Код индикатора	Тип и уровень сложности
Связи с общественностью в органах власти	УК-5	ИД-УК-5.3	Высокий открытый

1.1. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ (время выполнения 10 мин.)

Представьте, что вы являетесь пресс-секретарем главы администрации города N. В последнее время в городских СМИ и социальных сетях активно обсуждается проблема недостаточного финансирования программы благоустройства парков и скверов. Общественное мнение формируется негативно, жители выражают недовольство состоянием зон отдыха.

Задание:

Разработайте комплекс мер по улучшению коммуникации администрации с общественностью в данной ситуации, направленный на восстановление доверия и формирование позитивного имиджа власти:

1. Опишите конкретные шаги.
2. Определите целевую аудиторию для каждого шага.
3. Опишите ожидаемый результат.

ТЕСТОВОЕ ЗАДАНИЕ

Дисциплина	Код компетенции	Код индикатора	Тип и уровень сложности
Связи с общественностью в органах власти	ПК-5	ИД-ПК-5.1	Высокий открытый

1.1. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ (время выполнения 10 мин.)

Представьте, что вы являетесь сотрудником пресс-службы регионального Министерства здравоохранения. В последнее время в социальных сетях и местных СМИ активно обсуждается тема доступности медицинской помощи в отдаленных районах области. Граждане высказывают обеспокоенность по поводу нехватки специалистов, оборудования и лекарств. Ваша задача - разработать план действий по сбору, анализу и использованию информации для улучшения коммуникации с общественностью и повышения доверия к министерству.

Задание:

1. Опишите конкретные шаги, которые вы предпримете для сбора данных: какие источники информации вы будете использовать (официальные данные, соцсети, обращения граждан и т.д.), какие методы сбора информации вы примените (мониторинг СМИ, опросы, анализ обращений) и как вы будете структурировать полученные данные для последующего анализа.

2. Предложите конкретные показатели, которые вы будете отслеживать для оценки эффективности информационной работы министерства: количество упоминаний в СМИ, тональность публикаций, уровень вовлеченности аудитории в социальных сетях, количество обращений граждан и т.д.

3. Опишите, как вы будете использовать полученную информацию для корректировки информационной политики министерства и улучшения взаимодействия с общественностью: какие каналы коммуникации вы будете использовать, какие темы будете освещать, какие формы взаимодействия с гражданами будете применять.

ТЕСТОВОЕ ЗАДАНИЕ

Дисциплина	Код компетенции	Код индикатора	Тип и уровень сложности
Связи с общественностью в органах власти	ПК-5	ИД-ПК-5.2	Базовый комбинированный

1. Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа (время выполнения 3 мин.)

Муниципалитет столкнулся с негативной реакцией общественности на запланированное строительство нового торгового центра в парковой зоне. Граждане обеспокоены вырубкой зеленых насаждений, увеличением транспортной нагрузки и возможным негативным влиянием на экологию района. В рамках подготовки коммуникационной стратегии, какое из перечисленных действий будет наиболее эффективным для сбора первичных данных об общественном мнении?

А. Организация общегородского референдума.

Б. Публикация опровержения в муниципальной газете.

В. Проведение фокус-групп с жителями района и онлайн-опроса в социальных сетях.

Г. Заказ аналитического отчета у сторонней исследовательской компании без предварительного сбора данных.

ТЕСТОВОЕ ЗАДАНИЕ

Дисциплина	Код компетенции	Код индикатора	Тип и уровень сложности
Связи с общественностью в органах власти	ПК-5	ИД-ПК-5.2	Высокий открытый

1.1. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ (время выполнения 10 мин.)

Вы являетесь сотрудником пресс-службы Министерства здравоохранения. В Ваши функции входит оказание информационно-методической поддержки и

подготовка информационно-методических материалов. В связи с участвовавшими случаями дезинформации о вакцинации в социальных сетях и мессенджерах, Вам поручено разработать комплекс информационно-методических материалов для врачей первичного звена. Эти материалы должны помочь врачам эффективно отвечать на вопросы и развеивать мифы о вакцинации среди пациентов.

Задание:

1. Разработайте структуру информационно-методического пособия «Вакцинация: ответы на вопросы пациентов». В структуре должны быть отражены основные разделы и подразделы.

2. Какую информацию нужно отразить во Введении?

3. Опишите краткое содержание разделов – ключевые тезисы и аргументы, которые необходимо включить в пособие для повышения доверия к вакцинации

2.3. Рекомендации по оцениванию эссе (рефератов, докладов, сообщений).

Максимальное количество баллов	Критерии
Отлично	Выставляется обучающемуся, если он выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив проблему содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно правового характера. Обучающийся знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; графически работа оформлена правильно.
Хорошо	Выставляется обучающемуся, если работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены отдельные ошибки в оформлении работы.
Удовлетворительно	Выставляется обучающемуся, если в работе

	студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в содержании проблемы, оформлении работы.
Неудовлетворительно	Выставляется обучающемуся, если работа представляет собой пересказанный или полностью заимствованный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.

ТЕМЫ ДОКЛАДОВ ДЛЯ ПРОВЕРКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ

1. Основные модели развития связей с общественностью (Паблик рилейшнз).
2. Коммуникативный подход к осуществлению власти в современном обществе.
3. Механизмы прямой и обратной связи в системе власти и управления.
4. Объективные потребности органов власти в связях с общественностью.
5. Профессиональные и общественно значимые приоритеты PR-деятельности.
6. Сущность и значение информационного процесса в работе PR-специалиста.
7. Понятие «информационная структура» и её функции в органе власти.
8. 3 Суть и значение государственных информационных ресурсов.
9. Цели и функции формирования единого информационного пространства в стране.
10. Сущность, объект и предмет государственной информационной политики.
11. Концепции информационной политики в условиях модернизации страны.
12. Взаимосвязь внутренней, внешней и информационной политики государства в условиях глобализации.
13. Принципы и механизмы государственной информационной политики.
14. Актуальные проблемы построения в России информационного общества.
15. Новая информационно-коммуникативная среда: состояние, проблемы, вызовы.

16. Основы безопасности в информационной сфере деятельности власти и управления.
17. Главные функции связей с общественностью в государственных структурах.
18. Основные задачи пресс-центра (пресс-службы) подразделения по связям с общественностью госучреждения.
19. Принципы деятельности структур по связям с общественностью в органах власти.
20. PR-деятельность в публично-правовом процессе в трансформирующемся обществе.
21. Памятка специалиста по связям с общественностью в органе власти.
22. Основные группы PR-документов в работе пресс-группы госучреждения.
23. Методы оценки уровня эффективности PR-деятельности.
24. Особенности аналитических исследований в деятельности органа власти.
25. Информационная работа PR-специалиста в аппарате органа власти.
26. Цели и задачи связей PR-служб органов власти с массмедиа.
27. Свойства PR-информации: жанры и разновидности.
28. Официальный сайт органа власти: основные позиции и направления.
29. Особенности позиционирования органов власти в социальных сетях.
30. Работа с интернет-технологиями в пресс-службе органа власти (сайты и блоги).

ТЕМЫ РЕФЕРАТОВ ДЛЯ ПРОВЕРКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ

1. Цели и задачи управления общественными отношениями.
2. Проблемы регулирования общественных отношений.
3. Специфика связей с общественностью в государственном управлении и политике.
4. Управление деятельностью по связям с общественностью в органах исполнительной власти, политических партиях, парламенте, формирование позитивного имиджа и общественной репутации.
5. Внутрикорпоративный менеджмент пресс-служб и служб по связям с общественностью в государственном управлении
6. Правовые и этические основы связи в органах государственной власти и управления.
7. Связи с общественностью во взаимодействии государства с институтами гражданского общества.
8. Аналитическое и информационное сопровождение политической кампании.
9. Информационный процесс как многоуровневая система.

10. Управление информационными процессами в органах государственной власти и управления.
11. Формы и способы удовлетворения информационных потребностей граждан.
12. Информационные споры и способы их разрешения в системе государственного управления.
13. Власть – население: формы работы, обратная связь.
14. Понятие «имидж государственной власти».
15. Структура, функции, особенности и типология имиджа власти: исполнительной, законодательной и судебной.
16. Отбор и дифференциация составляющих имиджа, разработка его характеристик.
17. Алгоритм формирования имиджа государственной власти.
18. Современные технологии и методы продвижения имиджа государственной власти.
19. Структура, особенности функционирования и основные направления деятельности государственной службы.
20. Медиа-стратегии по формированию позитивного, негативного или нейтрального имиджа государственной службы.
21. Информационное сотрудничество государственных служащих с журналистами СМИ в рамках совместного социального проекта.
22. Организация специальных мероприятий
23. Роль консультационных PR-агентств и пресс-служб в смягчении социально-политических конфликтов.
24. Виды пресс-служб, структура и функции в системе органов государственной власти.
25. Медиа-стратегии пресс-служб при разрешении или смягчении социально-политических конфликтов.
26. Опрос общественного мнения о принимаемых государственных решениях. Конструирование средствами СМИ имиджа политической власти и государственной службы.
27. Медиа-стратегии в политических кампаниях. Использование новостей в политических компаниях.
28. Политические коммуникации и политическая реклама в прессе, на телевидении и в Интернете.
29. Информационное обеспечение политико-управленческого решения. Методы и модели подготовки политических и управленческих решений.
30. Коммуникативная политика государственных учреждений и властных структур с общественно-политическими организациями.
31. PR в системе маркетинговых коммуникаций в политических кампаниях.
32. Использование политических коммуникаций: персональных, электоральных, партийных для взаимодействия с общественно-политическими организациями.
33. Традиционные виды информационной работы: пресс-релизы, медиа-

акции, «утечка информации», политическая и социальная реклама, заказные статьи.

34. Проблемы взаимоотношений региональных органов власти и СМИ.

2.4.Рекомендации по оцениванию творческих заданий

Максимальное количество баллов*	Критерии
Отлично	Выставляется обучающемуся, если ответ показывает глубокое и систематическое знание всего программного материала и структуры конкретного вопроса, а также основного содержания и новаций лекционного курса по сравнению с учебной литературой. Обучающийся демонстрирует отчетливое и свободное владение концептуально-понятийным аппаратом, научным языком и терминологией соответствующей научной области. Знание основной литературы и знакомство с дополнительно рекомендованной литературой. Логически корректное и убедительное изложение ответа
Хорошо	Выставляется обучающемуся, если его ответ демонстрирует знание узловых проблем программы и основного содержания лекционного курса; умение пользоваться концептуально понятийным аппаратом в процессе анализа основных проблем в рамках данной темы; знание важнейших работ из списка рекомендованной литературы. В целом логически корректное, но не всегда точное и аргументированное изложение ответа
Удовлетворительно	Выставляется обучающемуся, если его ответ демонстрирует фрагментарные, поверхностные знания важнейших разделов программы и содержания лекционного курса; затруднения с использованием научно-понятийного аппарата и терминологии дисциплины; неполное знакомство с рекомендованной литературой; частичные затруднения с выполнением предусмотренных программой заданий; стремление логически определенно и последовательно изложить ответ
Неудовлетворительно	Выставляется обучающемуся, если его ответ демонстрирует незнание, либо отрывочное представление о данной проблеме в рамках учебно-программного материала; неумение использовать

	понятийный аппарат; отсутствие логической связи в ответе
--	----------------------------------------------------------

* Представлено в таблице 2.1.

ТВОРЧЕСКИЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕРКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ

Задание 1

Прокомментируйте ряд высказываний исследователей о неограниченных возможностях СМИ в области информационного и политического воздействия на политическое сознание граждан: - «иметь важную информацию – значит, иметь власть; уметь отличать важную информацию от несущественной – означает обладать еще большей властью; возможность распространять важную информацию в собственной режиссуре или умалчивать о ней – означает иметь двойную власть»; - «при рассмотрении влияния массовых коммуникаций на политические процессы российские политологи отмечают, что в постиндустриальном обществе решающим управленческим ресурсом становится наличие знаний и владение информацией, тогда как роль финансов и непосредственно государственного принуждения становится все менее значительной. Причем, функцию основных распространителей знаний, имеющих социальное значение, в настоящее время выполняют СМИ».

Задание 2

Практическое задание «Преимущества и недостатки отдельных видов СМИ»

Заполните таблицу, выделив в каждой графе несколько пунктов:

№	СМИ	Преимущества	Недостатки
1.	Телевидение	1	1
		2	2
		3	3
2.	Радио	-"-	-"-
3.	Журналы	-"-	-"-
4.	Газеты	-"-	-"-
5.	Интернет	-"-	-"-

Задание 3

Практическое задание «Сообщение и коммуникация»

Выберите одну из широко обсуждаемых в СМИ политических, деловых либо международных тем. Подготовьте экспресс-информацию по выбранной теме

на основе материалов 5-6 газет или журналов за последнюю неделю. Какую роль в каждом из случаев играют следующие сообщения:

1. Слова
2. Выражение лица
3. Глаза
4. Манера поведения
5. Находчивость

Согласны ли вы с мыслью, что все вышеперечисленное и есть сообщение, влияющее на аудиторию? Аргументируйте свой ответ.

Задание 4

Сравните определения «информационной войны», данные разными авторами: - «Информационная война состоит из действий, предпринимаемых для достижения информационного превосходства в обеспечении национальной военной стратегии путем воздействия на информацию и информационные системы противника с одновременным укреплением и защитой нашей собственной информации и информационных систем» (Директор информационных войск Министерства обороны США); - Информационная война - это коммуникативная технология по воздействию на массовое сознание с долгосрочными и кратковременными целями (Г.Г. Почепцов)

Задание 5

Проанализируйте модели массовой культуры (модели Ю. Лотмана, Дж. Фиске, Р. Ходжа - Г. Кресса, Л. Ионина и Т. Чередниченко) и отметьте их сходство и отличие. Поразмышляйте над тем, насколько знание их особенностей важно для современного человека?

Задание 6

Используя характеристики корпоративного имиджа, попробуйте разработать концепцию имиджа (на выбор):

- высшего учебного заведения;
- завода по производству минеральной воды;
- магазина, продающего компьютеры;
- рекламного агентства;
- банка.

Перечень контрольных вопросов для промежуточной аттестации (экзамен) по учебной дисциплине «Связи с общественностью в органах власти»

1. Цели и функции служб по связям с общественностью в органах государственной власти.
2. Понятия информационные и политические процессы, их виды и формы.
3. Роль информации и коммуникации в современном постиндустриальном обществе.

4. Взаимосвязь информационного, когнитивного и географического пространств в реализации сценариев развития страны.
5. Моделирование информационных процессов взаимодействия политической власти и гражданского общества: управленческий аспект.
6. Виды планирования деятельности по связям с общественностью в госучреждениях.
7. Проблемы проведения ситуационного анализа.
8. Типы общего анализа политической ситуации.
9. Проблемный и диагностический ситуационный анализ.
10. Понятия стратегического планирования.
11. Конструирование средствами СМИ имиджа государственной власти и государственной службы.
12. Использование новостей в региональных политических кампаниях.
13. Факторы, формирующие политический выбор электората в процессе использования формальных и неформальных каналов политической коммуникации.
14. Основные принципы взаимодействия субъектов политики в регионе с представителями СМИ.
15. Отражение реального пространства в информационном как функция Интернета.
16. Расширение свободного пространства Интернета: проблемы этического характера и пути их решения.
17. Блоги как инструмент политического общения.
18. Коммуникативные технологии в государственном управлении.
19. Проектирование внешнеорганизационных коммуникаций.
20. Имидж государственной гражданской службы.
21. Имидж власти, имидж организации, имидж лидера.
22. Процесс конструирования имиджа.
23. Основные этапы кампании по связям с общественностью.
24. Организация и проведение PR-кампаний.
25. Аналитика и планирование PR-кампаний.
26. Структура и задачи пресс-службы в органах власти и прочих государственных учреждениях.
27. Роль и значимость PR в демократическом обществе.
28. Соотношение имиджа и репутации органа власти.
29. Понятие «имидж государственной власти».
30. Структура, функции, особенности и типология имиджа власти: исполнительной, законодательной и судебной.
31. Роль связей с общественностью в современном обществе.
32. Связи с общественностью за рубежом: история и современность.
33. Связи с общественностью в России: история и современность.
34. «Чистые» и «грязные» технологии в избирательном процессе.
35. Информационная открытость в государственном (муниципальном) управлении.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНЕЦКАЯ АКАДЕМИЯ УПРАВЛЕНИЯ И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ»

Направление подготовки 38.03.04 Государственное и муниципальное управление

Профиль «Региональное управление и местное самоуправление»

Кафедра Теории управления и государственного администрирования

Учебная дисциплина Связи с общественностью в органах власти

Курс 2 **Семестр** 4 **Форма обучения** очно-заочная

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1

1. Цели и функции служб по связям с общественностью в органах государственной власти.
2. Структура и задачи пресс-службы в органах власти и прочих государственных учреждениях.

Экзаменатор: _____ Т.А. Колесникова

Утверждено на заседании кафедры « _____ » _____ 20__ г. (протокол № _____ от « _____ » _____ 20__ г.)

Зав.кафедрой: _____ Е.В. Хасанова